



# UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

## TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

El mercado discográfico y los sellos independientes: el caso de Odradek Records

Autor/es

DANIEL ANTOLÍN COMPAÑ

Director/es

PABLO LORENZO RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

Facultad

Escuela de Máster y Doctorado de la Universidad de La Rioja

Titulación

Máster Universitario en Musicología

Departamento

CIENCIAS HUMANAS

Curso académico

2019-20



***El mercado discográfico y los sellos independientes: el caso de Odradek Records***, de DANIEL ANTOLÍN COMPAÑ

(publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.

Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.

© El autor, 2020

© Universidad de La Rioja, 2020

[publicaciones.unirioja.es](http://publicaciones.unirioja.es)

E-mail: [publicaciones@unirioja.es](mailto:publicaciones@unirioja.es)

**Trabajo Fin de Máster**

# **El mercado discográfico y los sellos independientes: el caso de Odradek Records**

**Autor:**

*Daniel Antolín Compañ*

**Tutor:** Pablo L. Rodríguez

**MÁSTER:**

**Máster en Musicología (654M)**

**Escuela de Máster y Doctorado**



**UNIVERSIDAD  
DE LA RIOJA**

**AÑO ACADÉMICO: 2019/2020**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. Resumen</b>	<b>1</b>
<b>2. Abstract</b>	<b>3</b>
<b>3. Objetivos, fuentes y metodología</b>	<b>5</b>
<b>4. Situación actual del mercado discográfico</b>	<b>7</b>
4.1. Qué es un sello discográfico	7
4.2. Los sellos <i>majors</i>	8
4.3. Los sellos <i>indies</i>	10
<b>5. Qué es un sello independiente</b>	<b>13</b>
<b>6. La importancia de algunos sellos independientes</b>	<b>15</b>
6.1. Naxos	15
6.2. ECM	16
<b>7. Un caso de estudio: Odradek Records</b>	<b>19</b>
7.1. Historia	19
7.2. La filosofía Anderson	20
7.3. Un proceso de elección transparente	21
7.4. Invertir en el artista y en el producto	23
7.5. Modelo económico	24
7.6. Sobre el catálogo y los artistas	25
7.7. El futuro del proyecto	30
<b>8. Conclusiones</b>	<b>33</b>
<b>9. Bibliografía</b>	<b>35</b>
 <i>Anexo 1 – Entrevista a Enrique Valverde</i>	 37
<i>Anexo 2 – Catálogo de Odradek Records</i>	47

## 1. RESUMEN

El mercado discográfico actual pasa por una situación totalmente incierta debido a que la necesidad de escuchar música en soporte físico se ha disipado, dando paso a las plataformas digitales de música en streaming que favorecen la experimentación musical por encima de la posesión de la misma en soporte.

Las grandes compañías internacionales que habían dominado mercado durante el siglo pasado, comenzaron a tener problemas cuando el sector empezó a transformarse en la década de los ochenta. Estas compañías se vieron obligadas a fusionarse hasta que en 2012 se vieron reducidas a tres: Universal, Warner y Sony, las cuales controlaban en 2017 el 68% de la cuota de mercado internacional. Sin embargo, en esta situación los pequeños sellos independientes encontraron un resquicio por el que desarrollarse y ampliar sus ventas. La cuota de mercado de todos ellos de forma conjunta a nivel internacional había alcanzado un 32% en 2017.

Esta cifra, la más alta de toda la historia para este sector, nos conduce a la necesidad de analizar el mercado independiente para definir sus características abordando el análisis de algunos sellos, los cuales desarrollaron unas bases que revolucionaron el mercado del disco y con las que influenciaron al resto de compañías.

En este sentido, analizaremos mediante un caso de estudio el sello independiente Odradek Records que, con menos de una década de existencia, ha sabido abrirse camino en este incierto mundo discográfico descrito. Su fundador, el empresario norteamericano John Anderson, supo implementar una filosofía basada en la calidad musical y el respeto a los artistas por encima de los intereses del mercado. En algunos aspectos se puede parecer a otros sellos como Naxos o ECM, pero tiene unas características que lo definen como sello independiente que le han permitido establecerse como un referente.



## **2. ABSTRACT**

The present record market is in a completely uncertain situation because the necessity of listening to music in physical carrier has been dispelled, leading to digital music platforms in streaming that favour the musical experimentation over collecting it in a physical medium.

Major international companies that had dominated the market during the last century, started having problems when the industry began to change in the 1980s. These companies were forced to merge and, in 2012, only three lasted: Universal, Warner, and Sony. In 2017, they controlled 68% of the international market share. Nevertheless, small independent labels found a gap in this situation so as to develop and expand their sales. Their overall international share reached 32% by 2017.

This figure, the highest ever for this market, leads to the necessity of analysing the independent market in order to define its characteristics, addressing the study of some labels which developed a basis that revolutionized the record market and influenced the rest of the companies.

In that sense, the independent record company Odradek Records will be examined, since, less than a decade old, it has managed to make its way in this uncertain recording world described above. Its founder, the American entrepreneur John Anderson, knew how to implement a philosophy based on music quality and respect for the artists over the interests of the market. It might recall in some aspects other companies like Naxos or ECM, but the characteristics that define it as an independent label are the ones that have allowed it to establish itself as a reference.





### 3. OBJETIVOS, FUENTES Y METODOLOGÍA

El primer objetivo de la presente investigación es analizar el mercado discográfico para comprender las principales características que definen a un sello o compañía discográfica. Esta industria se desarrolló y consolidó fuertemente a lo largo del siglo XX, generando grandes empresas multinacionales que acaparaban la mayor parte de las ventas y que convivían con otras más pequeñas e independientes. De la misma forma se pretende analizar los diferentes motivos por los que en las últimas décadas el sector del disco se ha visto obligado a adaptarse a un nuevo paradigma.

También es objetivo del presente texto profundizar en la definición de sello independiente, o como veremos más adelante *indie*, analizando la importancia que ha tenido este sector de la industria y cómo algunos sellos han desarrollado una identidad propia que ha sido importante para crear una filosofía alternativa real a la industria multinacional. Por tanto, definir la difusa línea que separa las grandes compañías de los sellos independientes será abordada de forma intensa en esta investigación.

Por otro lado, se abordará un caso de estudio sobre la compañía discográfica Odradek Records, con el objetivo de mostrar la importancia de este sello para la discología ya que su idea fundamental es tratar el disco no como un producto del mercado si no como una obra de arte en sí misma. Profundizaremos en el sistema productivo del sello en todas sus facetas (social, musical y económica) con el fin de comprobar si su modelo realmente responde a una filosofía alternativa típica de un sello independiente y si dicho modelo da respuesta a una necesidad real del mercado actual en la que se reclama más atención para artistas.

Para llevar a buen término todos los objetivos propuestos, han sido necesarias varias etapas de investigación. En primer lugar, se ha realizado una recopilación de datos sobre el mercado discográfico a través de fuentes secundarias de autores como David Patmore, Nicolas Soames, Patrik Wikström, Steve Lake y Paul Griffiths que han analizado la evolución de la industria musical desde el siglo pasado y especialmente en las últimas décadas. Asimismo, se ha utilizado el trabajo fin de Máster de David González y el trabajo fin de Grado de Andriy Ayyala pues abordan el tema central de la presente investigación: analizar las

características de un sello independiente. Además, todo ello ha sido completado con artículos de revistas especializadas y multitud de referencias web. En una segunda etapa se ha desarrollado el caso de estudio de Odradek abordándolo principalmente a través de una entrevista personal realizada a Enrique Valverde, director general del sello. También se han utilizado multitud de referencias web, así como la inmersión en su catálogo que ha sido elaborado personalmente para su análisis. Una vez completadas estas dos etapas, se ha llevado a cabo un tercer paso consistente en el análisis de la consecución de los objetivos marcados y la obtención de conclusiones.

## 4. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DISCOGRÁFICO

### 4.1. Qué es un sello discográfico

En un ensayo sobre el mercado discográfico se hace necesario aclarar los términos sello y compañía discográfica ya que pueden llevarnos a confusión. Son términos que habitualmente se utilizan para referirse a una empresa discográfica, aunque existen diferencias en sus definiciones.

Un sello discográfico o *Record Label* se puede definir como una marca registrada de grabaciones musicales cuyo término procede de la etiqueta circular que aparecía en el centro de los discos de vinilo en la que se mostraba el nombre del fabricante. A su vez, un sello discográfico puede tener uno o varios subsellos, que se definen como etiquetas subordinadas especializadas en un repertorio o estilo<sup>1</sup>. Por ejemplo, uno de los sellos más conocidos del mundo es el alemán Deutsche Grammophon, fundado en 1898, a quien pertenece el subsello Archiv Produktion, especializado en música antigua que fue fundado en 1949<sup>2</sup>.

Una compañía discográfica o *Record Company*, es una empresa que es dueña de uno o varios sellos, gestionando y coordinando la producción, fabricación, distribución y comercialización<sup>3</sup>. Universal Music, por ejemplo, es una compañía discográfica propietaria de más de cincuenta sellos entre los que se encuentra DECCA o Deutsche Grammophon<sup>4</sup>.

Los sellos discográficos pueden ser pequeños y localizados recibiendo el nombre de independientes o *indies*, los cuales no pertenecen a ninguna compañía discográfica y cuyas características analizaremos en el siguiente apartado; o ser una empresa que pertenece a un grupo empresarial más grande y diverso de carácter internacional que recibe el nombre de *major*. Según la *Association of Independent Music* para que un sello se considere *major* debe

---

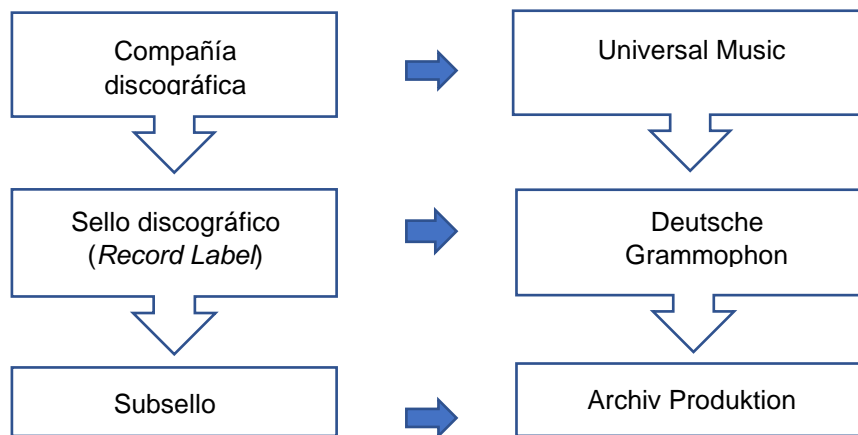
<sup>1</sup> WIKIPEDIA. "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].

<sup>2</sup> WIKIPEDIA. "Deutsche Grammophon (en alemán)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche\\_Grammophon](https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Grammophon) [consulta: 23-5-2020].

<sup>3</sup> WIKIPEDIA. "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].

<sup>4</sup> UNIVERSAL MUSIC. "Our labels & brands". Universal Music. <https://www.universalmusic.com/labels/> [consulta: 12-6-2020].

tener más del cinco por ciento de las ventas del mercado internacional entre todas las empresas pertenecientes a la compañía discográfica<sup>5</sup>.



#### 4.2. Los sellos *majors*

El mundo discográfico estuvo dominado durante el siglo XX por seis grandes compañías discográficas que se llevaron la mayor parte de las ventas internacionales hasta bien entrada la década de los ochenta. A estas multinacionales se les conoció como el *Big Six*<sup>6</sup>: Warner Music Group, EMI, Sony Music (anterior CBS), BMG (anterior RCA), Universal Music Group y PolyGram.

La política de estas compañías pasaba por grabar todo el repertorio central clásico de compositores conocidos, que ellos llamaron principal<sup>7</sup>, a través de los mejores artistas del panorama internacional. Estas discográficas disponían de grandes presupuestos que invertían en publicidad y promoción ya que apostaban por la idea de que los discos se venderían por su calidad, pero sobre todo por la buena reputación de sus artistas.

En la década de los setenta la industria discográfica vivía un momento álgido en el que habían aumentado considerablemente las ventas de los discos de larga duración (LP). No obstante, la irrupción en el mercado de un nuevo soporte

---

<sup>5</sup> WIKIPEDIA. "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].

<sup>6</sup> WIKIPEDIA "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].

<sup>7</sup> SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012, pp. 16.

sonoro, el casete, que permitía grabar música reproducida por un elepé, hizo que la venta de discos se estancara. Fue la primera crisis del sector relacionada con la piratería ya que el producto musical se había desprendido del formato físico y era accesible sin necesidad de pagar a los autores, compositores o dueños de los derechos de esas canciones e incluso era regrado<sup>8</sup>. La industria discográfica pronto comenzó a buscar una solución a este problema y a principio de la década de los ochenta introduciría en el mercado un nuevo formato, el disco compacto (CD). Las compañías discográficas no fueron conscientes al principio de lo que suponía el formato digital del cedé ya que no era fácilmente copiable. Sin embargo, la generalización de ordenadores personales y la rápida difusión del uso de internet, junto con la creación del .mp3 y otros formatos similares permitieron que la música fuera fácilmente transportable<sup>9</sup>. A finales del siglo XX surgió una nueva forma de acceder a la música mediante la descarga ilegal de internet, que fue señalado como el principal causante de la caída en ventas a partir de 1999<sup>10</sup>.

Los problemas de piratería y el gran descenso de las ventas junto con las propias características de la industria, que tenía un alto nivel de concentración<sup>11</sup>, llevaron a las compañías multinacionales a fusionarse con fuertes ajustes presupuestarios que obligaron al sector a reinventarse. En 1999 PolyGram se fusionó con Universal dejando que el resto de *majors* se les conociera como el *Big Five* y en 2004 Sony absorbió a BMG dando lugar al *Big Four*. Finalmente, a partir de 2012, EMI se disolvió entre Universal (división musical), Warner (EMI Classics) y Sony (división de publicidad)<sup>12</sup>.

---

<sup>8</sup> AYYALAA, Andriy. *¿Qué hay detrás de un sello indie? Investigación sobre la actividad y situación de los sellos independientes en la industria musical actual*. Barcelona, Universidad de Barcelona, 2019, pp. 12.

<sup>9</sup> PATMORE, David. "Selling sounds: Recordings and the record business". *The Cambridge companion to recorded music*. Nicholas Cook, Eric Clarke y Daniel Leech-Wilkinson (eds.). New York, Cambridge University Press, 2009, pp. 134.

<sup>10</sup> WIKSTRÖM, Patrik. "La industria musical en una era de distribución digital". *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. Madrid, BBVA, 2013, pp. 14.

<sup>11</sup> AYYALAA, Andriy. *¿Qué hay detrás de un sello indie? Investigación sobre la actividad y situación de los sellos independientes en la industria musical actual*. Barcelona, Universidad de Barcelona, 2019, pp. 28.

<sup>12</sup> WIKIPEDIA. "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].

<b>BIG SIX</b> -	<b>BIG FIVE</b> (1999)	<b>BIG FOUR</b> (2004)	<b>BIG THREE</b> (2012)
Warner Music	Warner Music	Warner Music	Warner Music
EMI	EMI	EMI	
Sony Music	Sony Music	Sony Music	Sony Music
BMG	BMG		
Universal Music	Universal Music	Universal Music	Universal Music
PolyGram			

### 4.3. Los sellos *indies*

Paralelamente a estas compañías discográficas, y especialmente en la segunda mitad del siglo XX, fueron surgiendo diferentes sellos independientes. Estas pequeñas discográficas se definían como independientes porque habían sido fundadas de forma particular y operaban sin la intervención de una de las grandes multinacionales. Se centraban básicamente en música de cámara ya que tenían un presupuesto reducido. Algunas empresas que operaron a mediados de los setenta fueron: CRD, Unicorn-Kanchana y Nimbus en Inglaterra, Harmonia Mundi y Erato en Francia, Acanta y Deutsche Harmonia Mundi en Alemania o Elektra en EEUU<sup>13</sup>.

Ya en los años ochenta con un mercado del disco que comenzaba a estar mermado por la piratería y en el que los sellos *majors* cada vez tenían menos beneficios, surgen muchas pequeñas etiquetas que comienzan a tener fuerza propia y que intentaron cambiar la imagen de la grabación. En Inglaterra aparecieron en esta década los sellos Hyperion y Nimbus<sup>14</sup>, pero mención especial recibe el alemán ECM caracterizado por ofrecer una música muy al margen de lo establecido por la industria discográfica<sup>15</sup>. También cabe destacar

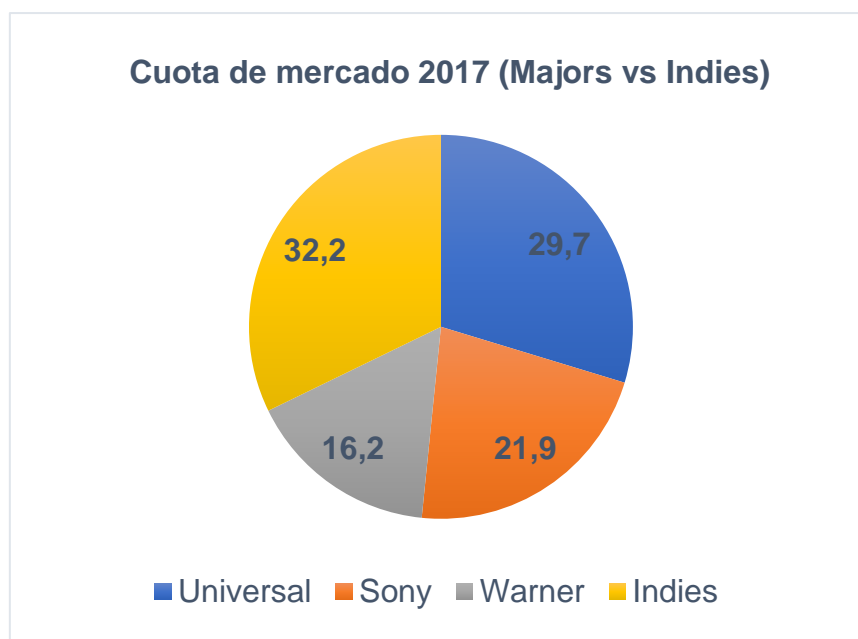
<sup>13</sup> SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012, pp. 14-15.

<sup>14</sup> SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012, pp. 22.

<sup>15</sup> GONZÁLEZ, David. *El sello ECM, el productor Manfred Eicher y el compositor Arvo PÄRT*. La Rioja, Universidad de La Rioja, 2016, pp. 1.

la aparición del sello Marco Polo Records creado en Hong Kong, el cual supondría los inicios para la aparición de la posterior Naxos, empresa que revolucionaría notablemente el mercado internacional.

Estos sellos se centraron en darle más importancia a la música que a los artistas y en explorar repertorio que no había sido explotado hasta entonces, y aunque no siempre han sido rentables, en muchos casos han sobrevivido y prosperado durante años, dejando un tremendo impacto musical y comercial. Según la revista *Digital Music News*<sup>16</sup>, citando el informe WINTEL 2018, la cuota de mercado de los sellos *indies* existentes en 2017 ascendía hasta el 32.2%, mientras que para los *majors* suponía un 67.8%. Este reparto supone un porcentaje bastante elevado para el sector independiente que nos obliga a definir qué es un sello independiente para comprender mejor actual del mundo discográfico.



<sup>16</sup> McDONALD, Heather. "How Indie Record Labels Work". *The balance careers*, 27 de enero de 2019, <https://www.thebalancecareers.com/signing-with-an-indie-label-2460744> [consulta: 25-5-2020].





## 5. QUÉ ES UN SELLO INDEPENDIENTE

La Unión Fonográfica Independiente (UFI) es una asociación española sin ánimo de lucro que engloba a las compañías musicales independientes. En su página web refleja unos requisitos para asociarse a la misma que nos ayudan a definir la idea de independencia en el mundo discográfico: debe ser una empresa que no esté integrada en grupos empresariales y que tenga un porcentaje de cuota de mercado por debajo del cinco por ciento a nivel nacional, que se dedique exclusivamente a actividades musicales y que no esté participada o controlada ni total ni parcialmente por medios de comunicación o entidades públicas<sup>17</sup>.

Un sello independiente es, por tanto, una empresa creada por inversores particulares que se financia de forma autónoma y que no está conectada a otra empresa de mayor presupuesto o de mayor repercusión para obtener beneficios<sup>18</sup>. Suelen ser empresas pequeñas con presupuestos iniciales reducidos que habitualmente recurren al *crowdfunding* para poder llevar a cabo sus proyectos y en las que gran parte de los beneficios se reinvierten en la propia empresa o se reparten entre los artistas.

El sector independiente del mundo discográfico se define por tener una gran diversidad lo que hace muy difícil establecer unos criterios únicos en los que se puedan englobar todos los sellos. En cambio, hay un denominador común que los une a todos: debe ser una empresa con una filosofía alternativa a los *majors*.

En primer lugar, dicha filosofía pasa por dar más importancia a la propia música que al artista que la graba y a su imagen. Sin embargo, y esto es muy diferente con las grandes discográficas, se procura que los beneficios del artista sean lo más elevados posibles. Esta es una de las principales herramientas para atraer a un artista a firmar con una empresa independiente. Por tanto, si un sello discográfico decide firmar con un artista, es porque les atrae algún aspecto de su trabajo y no por su imagen o su buena reputación<sup>19</sup>. A su vez, para el artista,

---

<sup>17</sup> UFI "¿Cómo asociarse?". UFI. <http://ufimusica.com/sobre-ufi/como-asociarse/> [consulta: 14-5-2020].

<sup>18</sup> PROMOCIÓN MUSICAL. "Cómo funciona un sello musical independiente". *Promoción Musical*. <https://promocionmusical.es/sello-discografico-independiente-como-gestionarlo-adecuadamente/> [consulta: 25-5-2020].

<sup>19</sup> McDONALD, Heather. "How Indie Record Labels Work". *The balance careers*, 27 de enero de 2019, <https://www.thebalancecareers.com/signing-with-an-indie-label-2460744> [consulta: 25-5-2020].

firmar con un sello *indie* significa tener un mayor control creativo ya que es poco probable que cambien alguno de sus aspectos.

Uno de los mayores inconvenientes de los sellos independientes es que la mayoría de ellos, tienen presupuestos muy reducidos, por lo que no pueden permitirse grandes campañas de marketing o giras promocionales. Ahora bien, al ser empresas más pequeñas, la conexión entre trabajadores y artistas es más cercana, consiguiendo un resultado musical exquisito. El artista no sólo forma parte del proceso de producción, sino que se convierte en una parte indispensable<sup>20</sup>.

En cuanto al repertorio, las grandes discográficas han grabado todo el repertorio central clásico a lo largo de los últimos setenta años. Es por ello que la apuesta y sobrevivencia de los sellos independientes que iban surgiendo paralelamente siempre pasaba por buscar un repertorio no explotado todavía por las grandes<sup>21</sup>. Actualmente, la mayoría de sellos *indies* siguen trabajando con esta idea.

---

<sup>20</sup> McDONALD, Heather. "How Indie Record Labels Work". *The balance careers*, 27 de enero de 2019, <https://www.thebalancecareers.com/signing-with-an-indie-label-2460744> [consulta: 25-5-2020].

<sup>21</sup> SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012, pp. 14-15.

## 6. LA IMPORTANCIA DE ALGUNOS SELLOS INDEPENDIENTES

Algunos sellos *indies* han conseguido prosperar estableciendo una alternativa real a la forma de producir discos de los *majors*. Para poder comprender esta idea vamos a hacer un recorrido por dos sellos discográficos independientes que surgieron en la misma década de los ochenta y que consiguieron progresar y plasmar una filosofía alternativa, la cual ha servido como modelo para otros sellos.

### 6.1. Naxos

El caso más significativo del nacimiento y prosperidad de un sello *indie* es el de Naxos, discográfica fundada en 1987 por el empresario alemán Klaus Heymann (1936), quien revolucionó el mercado discográfico aportando una serie de estrategias al sector con las que consiguió asentar unas bases para otros sellos independientes.

Desde el principio, Naxos centró sus esfuerzos en producir música de la mejor calidad y no en la promoción del artista. Se centró en que el artista fuera el idóneo para grabar el estilo de música y no en que fuera famoso, devolviendo así la primacía del compositor frente al intérprete<sup>22</sup>. Además, Naxos siempre siguió la estrategia de lanzar repertorio que no estuviera ya grabado por el sello, logrando un catálogo no duplicado de grandes dimensiones<sup>23</sup>. No obstante, con el tiempo ha necesitado actualizar sus grabaciones, como ha ocurrido con el proyecto *Beethoven. Complete Edition* (2020) donde ha introducido discos con versiones actuales que se identifican más con lo que hoy representa el sello<sup>24</sup>.

Heymann fue un empresario pionero que supo reconocer la importancia de la distribución digital mucho antes que cualquier otra persona<sup>25</sup>, llevando a que Naxos no tuviera ni una sola grabación que no fuera digital<sup>26</sup>. Afrontó los

---

<sup>22</sup> RODRÍGUEZ, Pablo L. "Naxos, 30 años del sello ornitorrinco". *Scherzo*, 331 (Julio 2017), pp. 43.

<sup>23</sup> FORUM CLÁSICO. "Acerca del catálogo de NAXOS". *Forum Clásico*. <https://www.forumclasico.es/Música/Directa/Infoygarantía/SobreelcatálogoNaxos.aspx> [consulta: 25-5-2020].

<sup>24</sup> RODRÍGUEZ, Pablo L. "Todo Beethoven en caja". *Scherzo*, 359 (Febrero 2020), pp. 43.

<sup>25</sup> PÉREZ, Gonzalo. "Klaus Heymann – Naxos 25 años". *Ritmo*, 853 (Junio, 2012), pp. 12-18.

<sup>26</sup> SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012, pp. 121-122.

problemas de piratería alojando todo el catálogo de Naxos en internet en 1996 y abriendo en 2002 el primer canal de *streaming* de un sello de música clásica<sup>27</sup>.

Otro aspecto fundamental para el sello desde su creación fue la necesidad de entregar el producto al consumidor de forma honesta, razonable y a un precio asequible. Hoy en día Naxos sigue vendiendo los cedés a un precio similar al de sus orígenes. Esto es posible gracias al control de costes de edición, producción, distribución y publicidad.

Lo realmente importante de Naxos es que apareció en un momento en el que el resto de empresas del mercado no supieron ver su rápido crecimiento, favoreciendo la consolidación de la misma y estableciendo una filosofía que ha servido a otras discográficas como modelo de inspiración.

## 6.2. Edition of Contemporary Music (ECM)

Otro caso importante de creación y desarrollo de un sello independiente es el alemán ECM, fundado en 1969 por Manfred Eicher (1943) y considerada una discográfica de referencia en la actualidad. En sus inicios estuvo muy vinculada al jazz contemporáneo, pero en 1984 inauguró un subsello titulado *ECM New Series* con el que abordó la música clásica europea de todos los tiempos, siendo uno de los sellos que más ha hecho por dar a conocer la obra de muchos compositores<sup>28</sup>.

Desde su fundación, ECM puso especial interés en mostrar un sonido cargado de mucha personalidad en sus grabaciones y pronto se convirtió en un modelo de integridad e independencia, fijando un nuevo paradigma en la industria discográfica por medio de sus grabaciones<sup>29</sup>. Eslóganes como *El arte del buen escuchar* o *El sonido más bello después del silencio* nos dan una ligera idea de la transparencia sonora de sus discos, que sirvieron de referencia para otras empresas las cuales intentaron seguir este modelo sin lograr el mismo éxito<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> RODRÍGUEZ, Pablo L. "Naxos, 30 años del sello ornitorrinco". *Scherzo*, 331 (Julio 2017), pp. 43.

<sup>28</sup> LAKE, Steve y GRIFFITHS, Paul. *Tocando el horizonte. La música de ECM*. Barcelona, Global Rhythm Press, 2008, pp.1-4.

<sup>29</sup> GONZÁLEZ, David. *El sello ECM, el productor Manfred Eicher y el compositor Arvo PÄRT*. La Rioja, Universidad de La Rioja, 2016, pp. 7.

<sup>30</sup> GROVE, Anxel. "Homenaje artístico a ECM, el sello discográfico alemán que postuló la belleza del silencio". *20 minutos*, 3 de diciembre de 2012, <https://www.20minutos.es/noticia/1663426/0/homenaje-artistico/discografica/ecm/> [consulta: 25-5-2020].

En este aspecto, el papel del fundador Manfred Eicher, tuvo gran importancia para el establecimiento de la filosofía de ECM. Todos los discos del sello tienen elementos propios de su personalidad ya que siempre buscaba una experiencia artística dominada por los valores de la claridad y la calidad. Para ello, se servía de una visión de la grabación más improvisada que otros productores y elegía los artistas dependiendo del repertorio que quería grabar o del sonido que quería obtener. Tal y como indica Pablo L. Rodríguez, “Eicher definió un modelo de trabajo en equipo, basado en la entrega y la amistad, donde la labor era fanática y los acuerdos se firmaban con un apretón de manos”<sup>31</sup>. Asimismo, comprendió desde el principio que había que cuidar el aspecto visual de los discos, por lo que se encargaba de ello personalmente ya que es un enamorado de otras expresiones artísticas como la pintura o la fotografía.

En sus cuarenta años de existencia ECM ha publicado más de mil discos y todos ellos responden a las características descritas anteriormente, favoreciendo la consolidación de un modelo y el establecimiento de una filosofía que le ha traído muchos éxitos.

---

<sup>31</sup> RODRÍGUEZ, Pablo L. “ECM cumple 50 años: el viaje continúa”. *Scherzo*, 356 (Noviembre 2019), pp. 47.



## 7. UN CASO DE ESTUDIO: ODRADEK RECORDS<sup>32</sup>

### 7.1. Historia del sello

Odradek Records es un sello independiente con sede en EEUU, pero cuyo núcleo de producción y foco principal de actividad se desarrolla en la ciudad italiana de Pescara. Es un sello con una historia de apenas ocho años pero que ha publicado más de ciento cincuenta discos. Fue fundado por el pianista John Anderson y su mujer Pina Napolitano, quienes se conocerían en Pescara durante su formación como pianistas bajo el amparo del italiano Bruno Mezzena (1927-2017). Juntos analizarían la situación del mundo discográfico y finalmente en 2012 se embarcarían en lo que denominarían *Odradek Project*, con el que pretendían ser una alternativa de grabación real para los artistas. Como aparece en su web, “Odradek Records es la primera fase de un proyecto más amplio, la propuesta de un nuevo modo de producción y de disfrutar de la música clásica”<sup>33</sup>.

Bajo la idea utópica de que la música es un bien de importancia primordial y que no debería estar sujeto a las leyes del mercado, se materializó un sello que distribuye música clásica y jazz, al igual que cualquier otra discográfica, pero que está controlada por artistas. Esto les permite lanzar discos con más libertad y mejores condiciones económicas que otros sellos gracias a su condición de discográfica sin ánimo de lucro.

El nombre de la empresa está directamente relacionado con la filosofía de la empresa. Proviene del enigmático cuento de Franz Kafka titulado *Las preocupaciones de un padre de familia* en el que Odradek es un ente descrito como un carrito de hilo plano con forma de estrella que conforme avanza la historia desarrolla características humanas, pudiéndose levantar a dos patas e incluso hablar. Con este nombre la idea que se quiere transmitir del sello es la pretensión de que la música no se convierta cada vez más en un ser indescriptible, sino que se le devuelva su rol verdadero, el de una obra de arte.

---

<sup>32</sup> Como ya se ha indicado en apartado tres, gran parte de la información del apartado que nos ocupa ha sido extraída de la entrevista personal telefónica realizada a Enrique Valverde, director general de Odradek Records el 17 de febrero de 2020 y que ha sido transcrita en el Anexo 1. Cuando la fuente sea diferente a la citada, se especificará con nota a pie de página.

<sup>33</sup> ODRADEK. “Project Odradek. Odradek Classical. A new way of doing classical”. *Odradek Records*. <https://www.odradek-records.com/project-odradek/> [consulta: 10-5-2020].

Ya existían otros sellos que habían recurrido a cuestiones místicas para elegir su nombre, como es el caso del sello *indie* británico Hyperion, fundado en 1980, cuyo nombre proviene de un Titán de la mitología griega<sup>34</sup>.

En 2017, Anderson abandona la dirección general del sello que pasaría a Enrique Valverde, mejorando notablemente la capacidad de producción y aportando un impulso que transformaría la empresa de seis trabajadores a veinte que tiene en la actualidad (entre técnicos, asesores, musicólogos, general manager y personal encargado de los textos e imágenes)<sup>35</sup>.

## 7.2. La filosofía Anderson

John Anderson es un pianista y empresario americano nacido en Lawrence (Kansas) aunque su principal actividad musical se ha desarrollado por Europa. Junto a su mujer ha fundado el sello Odradek Records y el sello de distribución y servicio de marketing de marca blanca GhostLabel.net. Además, Anderson es creador de la plataforma anonymuze.com y del sitio web de alojamiento de biografías B.io. Esta innovadora visión comercial le convirtió en un inteligente empresario cuyas ideas sobre los modelos comerciales cooperativos de la industria de la música han recibido la atención de las principales revistas especializadas internacionales e invitaciones para participar en las principales ferias comerciales de la industria<sup>36</sup>.

Odradek Records es una empresa diseñada según lo que podríamos llamar la filosofía Anderson que analizaremos a lo largo de este apartado pero que se basa en que el artista y la calidad de su repertorio deben estar siempre por encima de las leyes del mercado. Como ya hemos visto en los sellos Naxos y ECM, la figura de sus fundadores también fue muy determinante para el desarrollo de sus propias filosofías.

---

<sup>34</sup> WIKIPEDIA. "Hyperion Records (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion\\_Records](https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion_Records) [consulta: 28-5-2020].

<sup>35</sup> ODRADEK. "Odradek Team". *Odradek records*. <https://www.odradek-records.com/project-odradek/odradek-team/> [consulta: 11-5-2020].

<sup>36</sup> ANDERSON, John. "John Anderson. Odradek CEO". *b.io*. <https://b.io/john> [consulta: 28-5-2020].



### 7.3. Un proceso de elección transparente

En Odradek, la elección de los artistas se realiza por un sistema totalmente anónimo en el que no se tiene en cuenta el historial, imagen o procedencia del artista. Este aspecto contrasta a Odradek con los *majors*, pero también establece diferencias con respecto a otros sellos *indies*. Por ejemplo, ECM elige a sus artistas basándose en criterios de calidad musical y otros principios sonoros que siguen las directrices de Eicher, su productor musical, mientras que Naxos busca que cada artista sea el intérprete idóneo para el repertorio que se va a grabar. En Odradek, los artistas deben registrarse en la plataforma anonimuze.com y subir de forma anónima una maqueta. Tras este proceso inicial, la página web envía la maqueta a un jurado aleatorio formado por artistas que ya han grabado con el sello previamente, valorando aspectos puramente artísticos y técnicos de la interpretación. El disco será lanzado por Odradek sin cuestionamientos en el caso de obtener una mayoría de votos positivos.

En este proceso también se valora el repertorio propuesto por el artista el cual se respeta totalmente si el proyecto resulta elegido. A diferencia de lo que ocurre en otros sellos, Odradek no establece un repertorio ideal por el que los artistas deben pasar para grabar con el sello. Por ejemplo, la música clásica europea es un condicionante para grabar con ECM, mientras que Hyperion es famosa por recuperar música de compositores escoceses e ingleses del Renacimiento y Barroco y conciertos románticos para piano y violín de compositores olvidados<sup>37</sup>. En Odradek el repertorio resultante de esta selección anónima se traduce en un 84% de música contemporánea<sup>38</sup> ya que los artistas acuden al sello buscando la posibilidad de publicar un repertorio que tiene menos cabida en otras discográficas<sup>39</sup>. En 2017 se publicaron por primera vez dos discos dedicados íntegramente a compositores no contemporáneos, Schumann (ODRCD342)<sup>40</sup> y

---

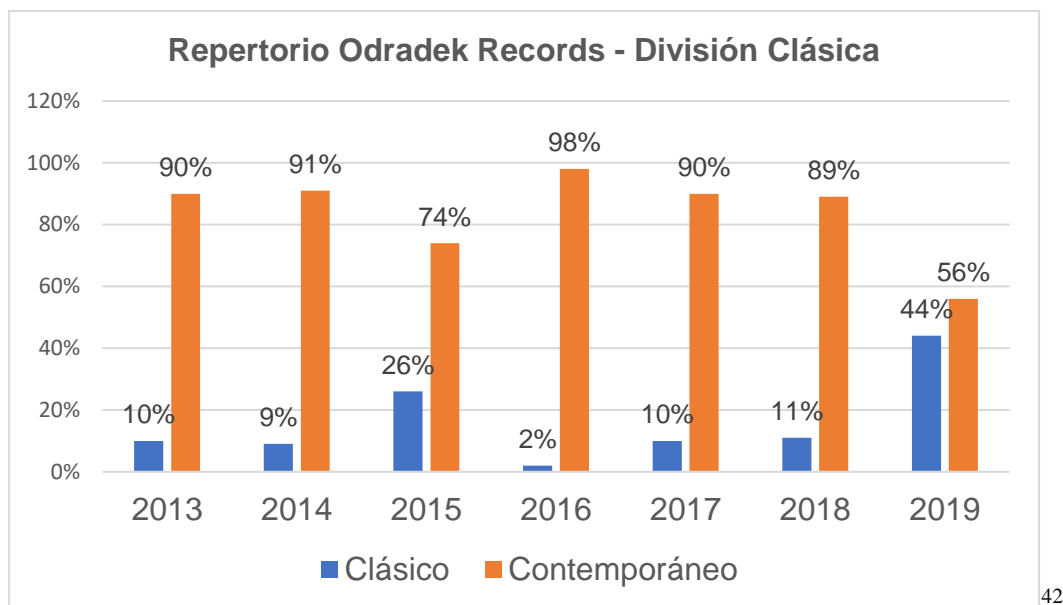
<sup>37</sup> WIKIPEDIA. "Hyperion Records (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion\\_Records](https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion_Records) [consulta: 28-5-2020].

<sup>38</sup> Tal y como indica Enrique Valverde en la pregunta siete de su entrevista, el repertorio de Odradek se centra en música contemporánea de Schönberg para arriba (ver Anexo 1).

<sup>39</sup> QOBUZ UNITED KINGDOM. "Interview with John Anderson from Odradek Records". Vídeo de YouTube, 7:48. Publicado el 8 de agosto de 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=vtWBpG27MI> [consulta: 28-5-2020].

<sup>40</sup> Nomenclatura extraída del catálogo de Odradek, a la que haremos referencia a partir de ahora. Se puede ampliar la información del disco consultado el Anexo 2.

Bach (ODRCD344) que marcaron un cambio de tendencia que parece confirmarse en 2019 con un importante aumento de la música no contemporánea<sup>41</sup>.



Esta escasa diversidad en el catálogo del sello puede resultar un problema de identidad para la compañía, pero su línea de actuación prioriza otros fines como la necesidad de ayudar al artista o la de ser una empresa en la que se entiende el principio de transparencia como algo fundamental. Enrique Valverde comenta en su entrevista: “Nosotros no elegimos nada del repertorio (...) esto es una cooperativa que tiene una filosofía de transparencia muy clara. De hecho, aunque yo no quisiera grabar un disco, si nuestros artistas votan que sí, se grabaría”<sup>43</sup>.

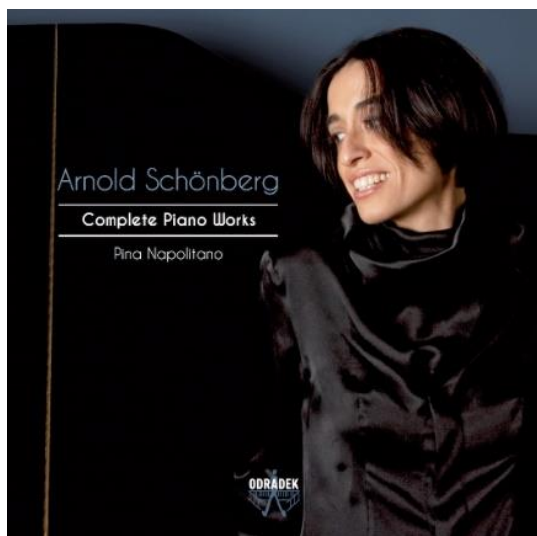
<sup>41</sup> En 2019 se publicaron por primera vez obras de CPE Bach, Puccini, Mozart, Schubert, Holst, Mussorgsky, Korsakov o Gluck (ver Anexo 2).

<sup>42</sup> No se ha tenido en cuenta el año 2020 ya que a fecha de finalización del presente trabajo de investigación todavía hay veintidós discos pendientes de lanzamiento (ver Anexo 2).

<sup>43</sup> VALVERDE, Enrique. “Entrevista personal telefónica”. 17 de febrero de 2020 (transcrita en Anexo 1).

## 7.4. Invertir en el artista y en el producto

La filosofía de Odradek pasa por lanzar discos al mercado que ayuden al artista a contar su propia historia mediante la grabación de su música (motivaciones, idea de grabación, estilo de repertorio, etc.). Para ello, el proceso de producción del disco gira en torno a dicha historia y de ahí surgen aspectos tan importantes como la portada, el título, los textos o las fotografías. En un principio, las portadas eran simples fotos artísticas de los artistas, pero en los últimos años, el equipo técnico intenta mostrar en ellas la historia que el artista desea contar. Esta idea en la que las artes visuales tenían mucha importancia para un disco ya la había demostrado claramente el sello ECM<sup>44</sup>, quien proponía a través de su productor la idea de escuchar con los ojos. En definitiva, se trata de conseguir un producto que sea muy atractivo para el comprador gracias a su calidad técnica y artística pero también a su historia y su presentación.



Portada del primer disco de Odradek.  
ODRCD300 (2013)



Portada de uno de los últimos discos de  
Odradek: ODRCD364 (2020)

Por otro lado, el sello no impone criterios de grabación al artista y les permite participar en la totalidad del proceso de grabación, producción y elección de tomas que se realiza en el estudio. Odradek no entiende que el artista no pueda decidir sobre su disco o que no esté presente en el momento de la elección de

---

<sup>44</sup> GROVE, Anxel. "Homenaje artístico a ECM, el sello discográfico alemán que postuló la belleza del silencio". *20 minutos*, 3 de diciembre de 2012, <https://www.20minutos.es/noticia/1663426/0/homenaje-artistico/discografica/ecm/> [consulta: 25-5-2020].

tomas. Posteriormente, el máster de grabación final se editará en el estudio *Sequenza* en París, con el que Odradek ha trabajado desde sus inicios.

Con el objeto de promocionar al artista y al disco, desde el año 2017 el proceso de grabación termina con un concierto en vivo en la sala de grabación de Odradek. El público asistente en su mayoría es local, pero dicho concierto servirá para realizar una grabación de vídeo streaming en abierto y con el que posteriormente, se realizará el *marketing* del artista y del disco.

## **7.5. Modelo económico**

El aspecto más destacable de Odradek Project es que su filosofía económica se basa en carecer de ánimo de lucro. Por ello, los contratos que firman con los artistas buscan un doble objetivo: cubrir gastos para la empresa y minimizar la inversión económica del artista.

Tras la firma de un contrato con un artista, Odradek corre con la mitad de la inversión necesaria para grabar un proyecto, mientras que la otra mitad recaería sobre el artista. El sello se compromete con todos los gastos de grabación, producción y distribución del disco y además procura al artista los discos necesarios para su venta tras los conciertos promocionales. Esta actividad de firma de discos se hace necesaria para que el artista pueda recuperar su inversión, pero la gran diferencia es que en Odradek todo el beneficio de esas ventas va para el artista, mientras que en la gran mayoría de discográficas el artista sólo recibe un veinte o treinta por ciento. Por su parte, el sello venderá los discos físicos y digitales a través de distribuidoras nacionales e internacionales hasta cubrir su inversión inicial. Una vez esté cubierta dicha inversión, el beneficio irá destinado al artista para siempre, siendo esta la diferencia fundamental con cualquier otra discográfica, pues al final se trata de una inversión en el artista<sup>45</sup>.

Sin embargo, para un sello sin ánimo de lucro supone un esfuerzo económico importante invertir en un proyecto, pues supone un retorno de dicha inversión a

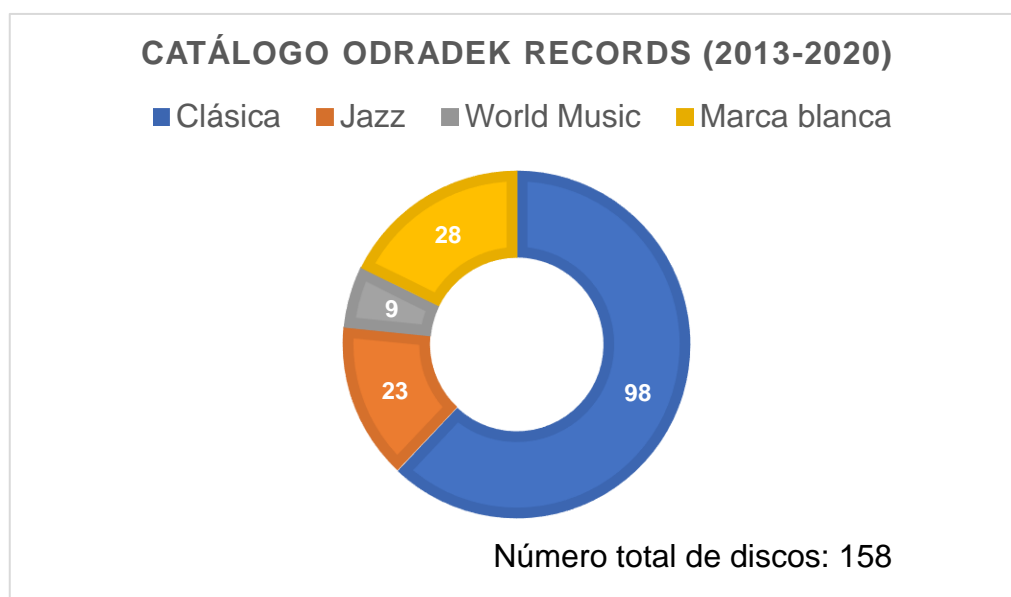
---

<sup>45</sup> La grabación de un proyecto en los estudios de Pescara cuesta aproximadamente 10.000€, de los cuales Odradek aportaría 5.000€ y el artista otros 5.000€. Posteriormente, al artista se le darían 400 discos que podría vender a 10€ al finalizar sus conciertos y con los que a corto-medio plazo, podría recuperar su inversión. Una vez recuperados los 5.000€ invertidos por Odradek mediante la venta de discos, todos los beneficios irían destinados al artista para siempre (ver Anexo 1).

largo plazo. Con el objetivo de aportar liquidez económica al sello, Anderson fundó una empresa paralela ligada al sello llamada GhostLabel.net, a través de la cual crea sellos de marca blanca para orquestas e instituciones. Hace unos años, las orquestas profesionales grababan con los *majors*, pero ello suponía un esfuerzo económico importante y el repertorio era elegido por la discográfica en relación a las posibilidades de venta del disco. GhostLabel.net ofrece a estas orquestas la posibilidad de tener el control de su producto con un menor coste.

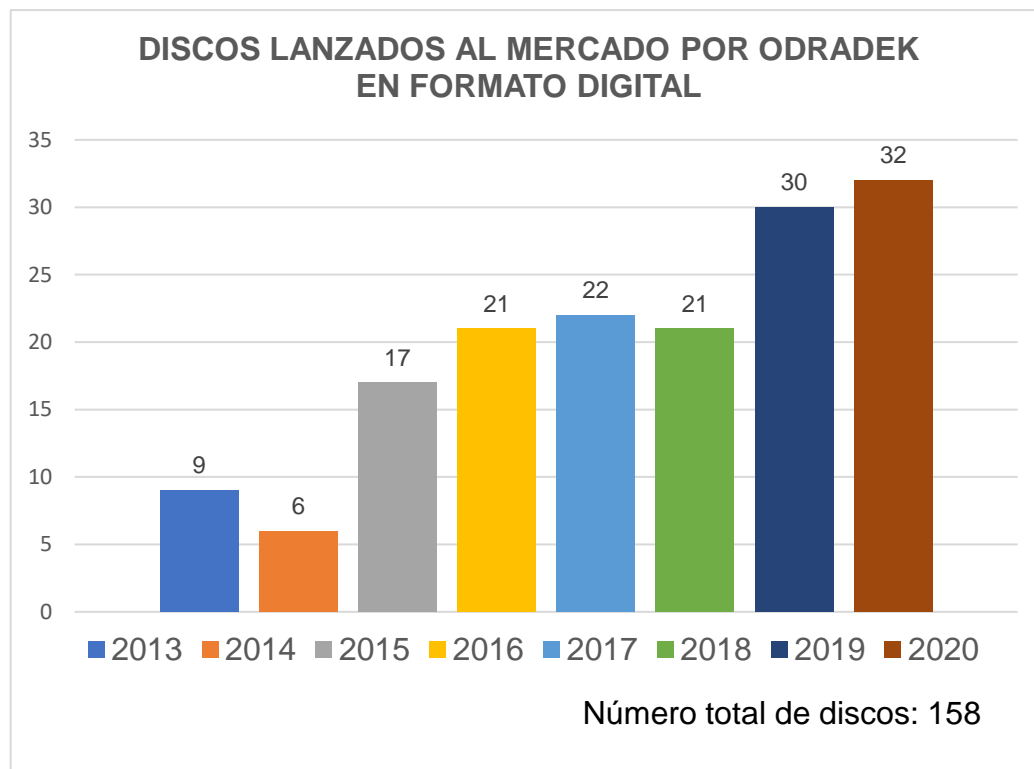
## 7.6. Sobre el catálogo y los artistas

El catálogo de Odradek comprende más de ciento cincuenta discos que primero se lanzan en digital y posteriormente en formato físico. El catálogo está dividido en tres series como ocurre en muchas discográficas: Clásica, Jazz y World Music. La gran diferencia reside en que el sello también graba como marca blanca para orquestas e instituciones.



En sus primeros años, Odradek tenía muy poca capacidad para lanzar nuevos discos al mercado. Esta situación comenzó a cambiar a partir de 2015, cuando aumentaron sus lanzamientos en Clásica y se creó la nueva división de Jazz.

Hasta 2018 el sello había grabado setenta discos<sup>46</sup>, pero en los últimos años se ha observado un considerable aumento en su capacidad de lanzamiento, coincidiendo con el asentamiento del sello, con la aparición de su serie World Music en 2017 y gracias a que artistas de cierta fama se han unido al proyecto.



47

Odradek estrenó su catálogo de Clásica en febrero de 2013 con su primer lanzamiento, el disco *Schoenberg: Complete Piano Works* (ODRCD300) de Pina Napolitano, recibiendo excelentes críticas a la delicada y expresiva forma de tocar de Napolitano, pero también a la perfección del sonido grabado<sup>48</sup>, siendo el único cedé del sello que se ha tenido que reeditar (ODRCD377). Napolitano ha grabado otras tres veces con Odradek interpretando música de Brahms y Bartók<sup>49</sup>.

<sup>46</sup> SCHMITTER, Elke. "Nadelöhr der Aufmerksamkeit", *Der Spiegel*, 5 (2018), pp. 114.

<sup>47</sup> A fecha de la finalización la presente investigación, sólo han sido publicados once de los treinta y dos discos contemplados para su lanzamiento en el año 2020 (ver Anexo 2).

<sup>48</sup> CORFIELD, Paul. "Review. Arnold SCHOENBERG (1874-1951). Complete Piano Works". *Music Web International*, 13 de febrero de 2013, [http://www.musicweb-international.com/classrev/2013/Feb13/Schoenberg\\_piano\\_855317003004.htm](http://www.musicweb-international.com/classrev/2013/Feb13/Schoenberg_piano_855317003004.htm) [consulta: 28-5-2020].

<sup>49</sup> ODRCD330, ODRCD339 y ODRCD378 (ver Anexo 2).

Poco a poco se irían sumando artistas al proyecto, algunos de renombre, como es el caso del pianista portugués Artur Pizarro cuya discografía es larga grabando anteriormente con Harmonia Mundi, Hyperion, Naxos o Collins Classics. Sin embargo, Pizarro conoció Odradek y asumió que las reglas pueden ser diferentes a las que ofrecen la mayoría de las compañías discográficas. Su primer trabajo con el sello se produjo en 2014, lanzando el primer volumen de la serie *Rachmaninoff: Complete Piano Works* (ODRCD315) que se encumbra como la primera opción para obtener una visión general de la música de Rajmáninov<sup>50</sup> pero que tiene un claro sentido de proyecto personal. En enero de 2020 ha estrenado su quinto trabajo con Odradek bajo el título *Couleurs* (ODRCD315) y tiene otros tres lanzamientos previstos<sup>51</sup>.



Portada disco: ODRCD315 (2014).

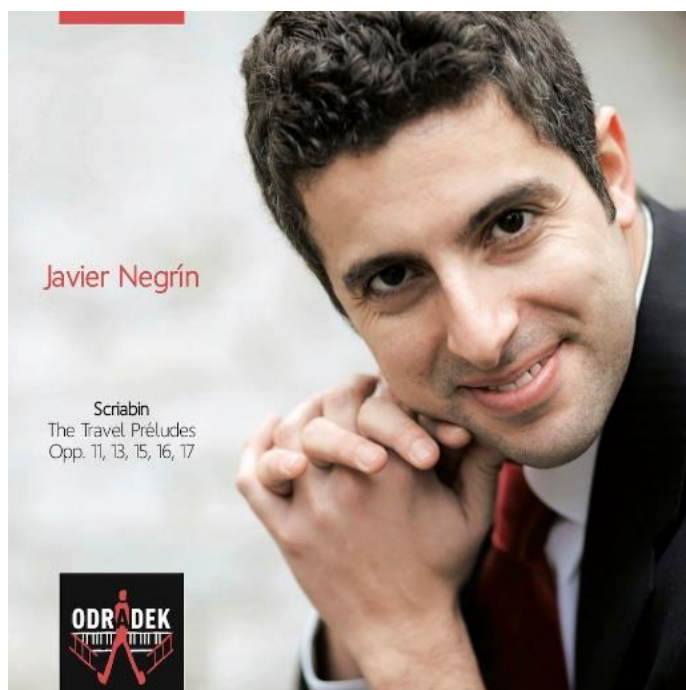
El primer español en grabar con Odradek sería el pianista tinerfeño Javier Negrín, quien publicó en 2013 el que sería el sexto disco de la compañía, titulado *Scriabin: The Travel Prelude* (ODRCD305). Negrín llevaba dos años trabajando las partituras de Scriabin para grabarlas con una multinacional discográfica, pero

---

<sup>50</sup> PIANIST MAGAZINE. "Review", mayo de 2016, <https://www.odradek-records.com/album/artur-pizarro-3/> [consulta: 28-5-2020].

<sup>51</sup> ODRCD335, ODRCD396 y ODRCD404 (ver Anexo 2).

las malas condiciones contractuales que ofrecía se llevaron por delante el proyecto. El azar quiso que conociera a John Anderson y se produjera la grabación de una forma satisfactoria para ambas partes ya que el artista Negrín consiguió su objetivo y su caso es el mejor ejemplo de la filosofía alternativa que ofrece Odradek<sup>52</sup>. Negrín volvió a grabar con Odradek en dos ocasiones, la primera en 2015 con el disco *Traces* (ODRCD325) y música de los españoles Granados y Mompou con excelentes críticas a la elegante y bella interpretación de Negrín y al bello sonido de la grabación<sup>53</sup>; la segunda en 2019 con el disco *Voices* (ODRCD390) junto a la *Beethoven Philharmonie* que está pendiente de lanzamiento para este 2020.



Portada disco: ODRCD305 (2013)

Tras Nieto, otros artistas españoles se abrirían camino en el mundo discográfico a través de este sello como la violonchelista Andrea Casarrubios interpretando su propia música, el violista Jesús Rodolfo, que se ha atrevido a juntar Bach, Hindemith y Ligeti en el mismo disco o el pianista Juan Carlos

---

<sup>52</sup> TRUJILLO, Elena: "Javier Negrín y Odradek Records: el tándem perfecto", *Revista Ritmo*, 859 (Enero 2013), pp. 34-35.

<sup>53</sup> DUCHEN, Jessica. "Traces: Javier Negrín performs works for piano by Granados and Mompou". *BBC Music Magazine*, 17 de julio de 2017, <http://www.classical-music.com/review/traces-javier-negrin-performs-works-piano-granados-and-mompou> [consulta: 28-5-2020].



Fernández, cuyo disco *Carnaval* (ODRCD342) íntegramente de Schumann fue de los primeros de música no contemporánea del sello. El último en hacerlo ha sido Daniel Oyarzabal, organista de la Orquesta Nacional de España, quien publicaba en septiembre de 2019 su álbum *Bohero* (ODRCD392) con música tan diversa como Saint-Saens, Korsakov, Guridi, Bach o Ravel, queriendo alejar el órgano de la estética gótica que lo rodea.

En una etapa inicial, Odradek apostó mayoritariamente por pianistas ya que, tanto fundadores como los primeros colaboradores del proyecto eran pianistas. Actualmente, la lista de artistas es más variada, aunque sigue llamando la atención que entorno al 67% del catálogo de clásica siga siendo para piano, quizá motivados por el fabuloso Steinway Model B de la colección Fabbrini del año 2008, que la empresa tiene en el estudio de grabación de Pescara<sup>54</sup>.

Catálogo de Clásica	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Número de discos para piano	9	4	5	5	7	5	5	12
Número de discos para el resto de instrumentos	0	2	5	6	4	6	10	13

El catálogo de Jazz salió al mercado en 2015 con el lanzamiento del disco *Breaking the silence* (ODRCD500) bajo la idea de extender la cooperativa a otros estilos. La serie World Music se lanzó al mercado en el año 2017 con el objetivo transversal de aunar estilos tan variados como el jazz, la música electrónica o la instrumental, dando lugar a discos que han sido publicados bajo títulos tan llamativos como *Cante* o *Tangata*. Especial mención merece *Koum Tara* (ODRCD700) que ha obtenido más de tres millones de visualizaciones en YouTube<sup>55</sup>.

<sup>54</sup> CLARKE, Colin. "Novel sounds". *International Piano Magazine*, 62 (Diciembre 2019), pp. 34.

<sup>55</sup> KARIM MAURICE OFFICIAL. "KOUM TARA – teaser album – Chaâbi, Jazz & Strings". Video de YouTube, 6:42. Publicado el 13 de febrero de 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=JTS7wY6cyK4> [consulta: 28-5-2020].

Por último, dentro del catálogo encontramos las grabaciones que Odradek ha hecho como marca blanca para orquestas e instituciones con el objetivo de hacer viable económicamente el proyecto sin ánimo de lucro. En esta serie podemos encontrar agrupaciones tan diversas como el Quinteto Astor Piazzolla, la Orquesta Sinfónica de Castilla y León, la *Strauss Festival Orchestra Wien* o el *St Salvator's Chapel Choir*.

## 7.7. El futuro del proyecto

El mercado del disco ha llegado a una situación en la que apenas se venden ejemplares en tiendas físicas y prácticamente todos los beneficios llegan a través de las plataformas digitales. Sin embargo, los discos siguen presentes en el mercado e incluso el vinilo vive una segunda edad de oro. Ahora bien, el mercado ha cambiado y el disco es hoy en día un elemento más de promoción del artista<sup>56</sup>. Este es el principal motivo por el que Odradek sigue editando discos físicos, pues supone una tarjeta de presentación para el artista ante el programador de un auditorio. Para ello, es imprescindible ofrecer un producto muy atractivo visualmente y de una calidad muy depurada. También existen otras razones por las que el sello continúa editando discos: una porque los artistas tienen demanda en las sesiones de firma posterior a sus conciertos, donde se venden el noventa por ciento de los mismos; y dos, porque todavía existen críticos que sólo admiten discos físicos para realizar reseñas del mismo.

No obstante, la compañía nació totalmente adaptada al actual paradigma digital, siendo en los canales de distribución digitales donde encuentra los mayores beneficios. Su música está agregada a un centenar de plataformas tales como Amazon Prime, Spotify, Apple Music, Google Play Music, YouTube, Deezer o SoundCloud. Estas plataformas son el presente y el futuro de la tecnología ya que la experiencia y no la posesión es la nueva moneda de la industria cultural, prefiriéndose la música en directo y las plataformas online antes que la música en soporte. El gran problema que plantean estas plataformas para los sellos *indies* es el desigual reparto de beneficios que

---

<sup>56</sup> DÁVILA, Ana María. "Los *indies* de la clásica". El Mundo, 23 de noviembre de 2016, <https://www.elmundo.es/cataluna/2016/11/23/5835ea2046163f56138b4624.html> [consulta: 30-5-2020].

favorece a los artistas con más reproducciones, haciendo una tarea casi imposible que un artista desconocido de Odradek pueda sobrevivir de su música en las plataformas de *streaming*. Al menos, el artista no encuentra impedimentos para grabar por este motivo.

Odradek ha ampliado notablemente los lanzamientos en los últimos años. En 2019 ha publicado treinta discos y en 2020 tiene proyectados un total de treinta y dos, siendo cada vez más los artistas que pretenden grabar con el sello. Sus discos se pueden adquirir en tiendas físicas y virtuales y tienen un precio de comercialización entorno a los diez euros. El futuro del proyecto sigue una línea de crecimiento muy positiva, aunque realmente incierta.



## 8. CONCLUSIONES

La disolución del soporte sonoro en la música líquida ha llevado al mundo discográfico a un nuevo paradigma en el que la música a través de plataformas de *streaming* supone el presente del mercado, pero en el que el futuro se avecina totalmente incierto. En este sentido, los sellos *majors* se han visto obligados a adaptarse a un nuevo modelo que, sin duda, ha favorecido el acceso al mercado de pequeñas empresas independientes y de artistas *freelance*. Este sector *indie* es muy diverso y complejo de definir, aunque en la actualidad se ha erigido como una alternativa organizativa y económica real a la propuesta de las grandes compañías. Estos sellos han dado la oportunidad a muchos artistas desconocidos, a repertorio minoritario que no había sido todavía grabado y formaciones o instrumentos sobre las que no se había puesto el foco de atención.

En este contexto surgió en 2012 Odradek Records como un sello independiente cuyo valor más importante ha sido la introducción en el mercado de su condición como discográfica sin ánimo de lucro. Esta condición ha impregnado toda su filosofía con la que ha sido capaz de crear una alternativa a la organización tradicional del sector del disco, que pasa por valorar la música como una obra de arte y al artista como el creador de la misma, alejándose de las presiones del mercado.

Otro aspecto relevante que ha aportado Odradek es su apuesta por un sistema de elección anónimo del artista que valora puramente la calidad artística y ofrece posibilidad de lanzamiento a un repertorio que no tiene cabida en otras discográficas. Esta idea de transparencia ha sido determinante para definir el carácter independiente del sello, demostrando la necesidad existente entre los artistas de dar un cambio de rumbo en los intereses únicamente económicos del sector para prestar una mayor atención al producto musical. El sello ofrece a los artistas más libertad para grabar discos y mejores condiciones económicas, pero estos deben asumir que el prestigio que otorga firmar con una de las grandes compañías cuesta mucho más de conseguir en Odradek. De la misma forma, la capacidad de promoción y venta de discos es mucho más reducida, por lo que es probable que el artista no recupere la inversión. De cualquier forma, esto también ocurre en los sellos grandes.

Las condiciones ventajosas que Odradek ofrece a los artistas atraen a intérpretes desconocidos de gran calidad, pero supone un gran obstáculo para cautivar a artistas famosos que puedan impulsar la imagen de la marca. A pesar de ello, algunos se han unido a la marca, más pensando en proyectos personales que no tendrían cabida en otras discográficas que en los beneficios económicos, como es el caso de Artur Pizarro y su trabajo sobre Rajmáninov. El sistema de Odradek no está pensado para reunir a este tipo de artistas, pero si más de ellos se unieran al sello, sería el impulso definitivo que necesita la marca para asentarse como un excelente referente *indie*.

En definitiva, el modelo de Odradek es una clara definición de un sello independiente que invierte en el artista a través de un producto de una cuidada presentación y de una excelente calidad de grabación, pero que corre el riesgo de convertir al disco en una simple tarjeta de presentación del artista al centrarse demasiado en las necesidades del intérprete y olvidando las expectativas del consumidor.

Por último, el hecho de ser un sello controlado por artistas supone un aspecto positivo, pues es marca de independencia, y a la vez es uno de sus puntos débiles ya que las motivaciones personales prevalecen sobre la identidad del sello. Este motivo ha provocado que en el catálogo de Odradek haya una escasa variedad de compositores y estilos, generando de forma inconsciente una gran falta de personalidad en la identidad del mismo. Trabajando sobre su catálogo se aprecia un exceso de música contemporánea y de música para piano y se echan de menos un mayor número de discos de viento, cuerda y orquesta. Atraer a orquestas sinfónicas a grabar con Odradek sería un gran paso para afianzar el crecimiento del sello, pero supone un reto casi imposible ya que, como es bien sabido, la tendencia de las orquestas es a crear su propio sello de presentación.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, John. "John Anderson. Odradek CEO". *b.io*. <https://b.io/john> [consulta: 28-5-2020]
- AYYALAA, Andriy. *¿Qué hay detrás de un sello indie? Investigación sobre la actividad y situación de los sellos independientes en la industria musical actual*. Barcelona, Universidad de Barcelona, 2019.
- CLARKE, Colin. "Novel sounds". *International Piano Magazine*, 62 (Diciembre 2019), pp. 34-35
- CORFIELD, Paul. "Review. Arnold SCHOENBERG (1874-1951). Complete Piano Works". *Music Web International*, 13 de febrero de 2013, [http://www.musicweb-international.com/classrev/2013/Feb13/Schoenberg\\_piano\\_855317003004.htm](http://www.musicweb-international.com/classrev/2013/Feb13/Schoenberg_piano_855317003004.htm) [consulta: 28-5-2020].
- DÁVILA, Ana María. "Los *indies* de la clásica". *El Mundo*, 23 de noviembre de 2016, <https://www.elmundo.es/cataluna/2016/11/23/5835ea2046163f56138b4624.html> [consulta: 30-5-2020]
- DUCHEN, Jessica. "Traces: Javier Negrín performs works for piano by Granados and Mompou". *BBC Music Magazine*, 17 de julio de 2017, <http://www.classical-music.com/review/traces-javier-negrin-performs-works-piano-granados-and-mompou> [consulta: 28-5-2020].
- FORUM CLÁSICO. "Acerca del catálogo de NAXOS". *Forum Clásico*. <https://www.forumclasico.es/MúsicaDirecta/Infoygarantía/SobreelcatálogoNaxos.aspx> [consulta: 25-5-2020]
- GONZÁLEZ, David. *El sello ECM, el productor Manfred Eicher y el compositor Arvo PÄRT*. La Rioja, Universidad de La Rioja, 2016, pp. 7.
- GROVE, Anxel. "Homenaje artístico a ECM, el sello discográfico alemán que postuló la belleza del silencio". *20 minutos*, 3 de diciembre de 2012, <https://www.20minutos.es/noticia/1663426/0/homenaje-artistico/discografica/ecm/> [consulta: 25-5-2020]
- KARIM MAURICE OFFICIAL. "KOUM TARA – teaser album – Chaâbi, Jazz & Strings". Vídeo de YouTube, 6:42. Publicado el 13 de febrero de 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=JTS7wY6cyK4> [consulta: 28-5-2020]
- LAKE, Steve y GRIFFITHS, Paul. *Tocando el horizonte. La música de ECM*. Barcelona, Global Rhythm Press, 2008, pp.1-4.
- MCDONALD, Heather. "How Indie Record Labels Work". *The balance careers*, 27 de enero de 2019, <https://www.thebalancecareers.com/signing-with-an-indie-label-2460744> [consulta: 25-5-2020]
- ODRADEK. "Project Odradek. Odradek Classical. A new way of doing classical". *Odradek records*. <https://www.odradek-records.com/project-odradek/> [consulta: 10-5-2020].
- . "Odradek Team". *Odradek records*. <https://www.odradek-records.com/project-odradek/odradek-team/> [consulta: 11-5-2020].

- PATMORE, David. "Selling sounds: Recordings and the record business". *The Cambridge companion to recorded music*. Nicholas Cook, Eric Clarke y Daniel Leech-Wilkinson (eds.). New York, Cambridge University Press, 2009.
- PÉREZ, Gonzalo. "Klaus Heymann – Naxos 25 años". *Ritmo*, 853 (Junio, 2012), pp. 12-18.
- PIANIST MAGAZINE. "Review", mayo de 2016, <https://www.odradek-records.com/album/artur-pizarro-3/> [consulta: 28-5-2020].
- PROMOCIÓN MUSICAL. "Cómo funciona un sello musical independiente". *Promoción Musical*. <https://promocionmusical.es/sello-discografico-independiente-como-gestionarlo-adecuadamente/> [consulta: 25-5-2020].
- QOBUZ UNITED KINGDOM. "Interview with John Anderson from Odradek Records". Vídeo de YouTube, 7:48. Publicado el 8 de agosto de 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=vtWBpG27MII> [consulta: 28-5-2020]
- RODRÍGUEZ, Pablo L. "ECM cumple 50 años: el viaje continúa". *Scherzo*, 356 (Noviembre 2019), pp. 47.
- . "Naxos, 30 años del sello ornitorrinco". *Scherzo*, 331 (Julio 2017), pp. 43.
- . "Todo Beethoven en caja". *Scherzo*, 359 (Febrero 2020), pp. 43.
- SCHMITTER, Elke. "Nadelöhr der Aufmerksamkeit", *Der Spiegel*, 5 (2018), pp. 114-115.
- SOAMES, Nicolas. *The Story of Naxos: The extraordinary story of the independent record label that changed classical recording for ever*. London, Hachette Digital, 2012.
- TRUJILLO, Elena: "Javier Negrín y Odradek Records: el tándem perfecto", *Revista Ritmo*, 859 (Enero 2013), pp. 34-35.
- UFI "¿Cómo asociarse?". UFI. <http://ufimusica.com/sobre-ufi/como-asociarse/> [consulta: 14-5-2020].
- UNIVERSAL MUSIC. "Our labels & brands". Universal Music. <https://www.universalmusic.com/labels/> [consulta: 12-6-2020]
- WIKIPEDIA. "Deutsche Grammophon (en alemán)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche\\_Grammophon](https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Grammophon) [consulta: 23-5-2020].
- . "Hyperion Records (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion\\_Records](https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperion_Records) [consulta: 28-5-2020].
- . "Odradek Records (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Odradek\\_Records](https://en.wikipedia.org/wiki/Odradek_Records) [consulta: 30-5-2020]
- . "Record label (en inglés)", *Wikipedia, la enciclopedia libre*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Record\\_label](https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label) [consulta: 12-6-2020].
- WIKSTRÖM, Patrik. "La industria musical en una era de distribución digital". *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. Madrid, BBVA, 2013.